

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komunikasi Pemasaran
Skripsi Sarjana Komunikasi
Semester Genap tahun 2010 / 2011

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT V2 INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN

Raines Livina 1100010330

Abstrak

Tujuan Penelitian adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Komunikasi dan Multimedia, Jurusan Komunikasi Pemasaran dan juga untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* PT V2 Indonesia dalam meningkatkan minat para calon pelanggan yang terlihat dari hasil penjualan.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metodo penelitian melalui pendekatan kualitatif, karena penulis mengembangkan opini – opini dari pada informan sehingga dihasilkan suatu kesimpulan yang bersifat deskriptif, karena penulis mengutamakan pandangan emik dalam penelitian ini, sehingga hasil yang didapat bersifat subyektif.

Hasil yang dicapai adalah penulis akan menjabarkan tentang kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan dan dirancang oleh Public Relations Officer PT V2 Indonesia dalam usaha untuk meningkatkan minat pelanggan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kegiatan promosi yang telah dilakukan sangat berpengaruh pada minat pelanggan untuk melakukan pembelian terutama melalui kegiatan pameran yang diikuti perusahaan secara aktif di kota – kota besar di Indonesia.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Bauran Promosi, Strategi